

ТИПОЛОГІЯ ПІДПРИЄМСТВ У СИСТЕМІ МАРКЕТИНГУ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

аспірант **Летуновська Н.С.**

Сумський державний університет (Україна)

В умовах сучасного ведення бізнесу керівники суб'єктів господарювання різною мірою звертають увагу на соціальні проблеми, що складаються усередині підприємства. Ціллю дослідження є виокремити вітчизняні підприємства у найбільш характерні групи відповідно до типу їх соціально-кадрової політики.

Автори дослідження пропонують ділити підприємства на чотири групи: 1) інертні; 2) прагматики; 3) стабільні; 4) демагоги. Такий розподіл підприємств є доцільним і для характеристики українських промислових підприємств [1].

Група «Інертні» – це підприємства з кількістю персоналу, як правило, до 20 чоловік. Оскільки це здебільшого малі суб'єкти господарювання, то серед них дуже мало промислових. Недивно, що такі підприємства мало уваги приділяють соціальній політиці, так як у них майже немає проблем із забезпеченням кадрів, а завдання збереження трудового колективу відносяться до пріоритетів середнього ступеню важливості.

Група «Прагматики» – це великі підприємства. Цей тип соціально-кадрової політики характерний для таких промислових галузей як металургія, електротехніка, машинобудування, металообробка. Такі підприємства висувають високі вимоги до персоналу. Крім того, як правило, вони мають проблему із забезпеченням робочою силою. Це більшою мірою підприємства, що працюють у периферійних регіонах. Такі суб'єкти господарювання фінансують набагато більше соціальних програм, ніж інші підприємства. Типовим представником цієї групи є українське промислове підприємство «ММК ім. Ілліча» (м. Маріуполь, Донецька обл.), яке займає лідируюче положення у металургійній галузі України за показниками виробництва металургії, обсягами сплачених податків, обсягом експортної виручки, кількістю зайнятих, рівнем розвитку об'єктів соціальної сфери (більше 22 об'єктів соціального призначення, що знаходяться у підпорядкуванні комбінату).

Група «Стабільні» – підприємства з кількістю персоналу більше 3000 чоловік. Здебільшого представниками цієї групи є підприємства добувної промисловості, хімічної та нафтохімічної галузей. Такі суб'єкти господарювання, як правило, не мають проблем з набором персоналу та висувають середні вимоги до кадрів. При цьому для них характерна обмежена кількість інновацій у сфері управління персоналом. Але такі підприємства фінансують велику кількість соціальних програм, приділяють багато уваги соціальним питанням. Типовим представником цієї групи є ПАТ «Сумхімпром» (м. Суми, Сумська обл.) – підприємство хімічної галузі з кількістю персоналу більше 4000 чоловік. Має у підпорядкуванні 7 діючих об'єктів соціальної інфраструктури. Є фактично містоутворюючим суб'єктом господарювання обласного центра.




Група «Демагоги» – здебільшого середні (300-1000 працівників) та малі (20-50 працівників) підприємства. Вони мають найбільші проблеми із забезпеченням кваліфікованою робочою силою. Для них дуже важливим є збереження сталості трудового колективу. Для підприємств цієї групи характерна велика кількість інновацій у сфері управління персоналом (майже стільки ж, скільки і у підприємств групи «Прагматики»), але кількість соціальних програм, які вони фінансують, менше середнього. Типовим представником цієї групи є ПАТ «Факел» (м. Фастів, Київська обл.). Це середнє за кількістю працівників (більше 300 чоловік) підприємство машинобудівної галузі.

У таблиці 1 показано відмінності між підприємствами описаних у груп у частині фінансування ними корпоративних соціальних програм.

Таблиця 1 – Деякі корпоративні соціальні програми підприємств за типами соціально-кадрової політики

Група підприємств за соціально-кадровою політикою	Дотації на харчування	Оплата лікування	Оплата навчання	Оплата дитячих садків	Оплата відпочинку
Група «Інертні»					
Група «Прагматики»					
Група «Стабільні»					
Група «Демагоги»					

Примітка (позначення у таблиці):

-  – є малохарактерними;
-  – середні за частотою використання;
-  – часто використовуються підприємствами цієї групи

Можна твердити, що така типологія підприємств за соціально-кадровою політикою є способом їх реакції на ситуацію, що складається у внутрішньому та зовнішньому середовищі підприємств [2]. Положення на ринку підприємств, що входять у групи «Стабільні» та «Демагоги», є відносно стабільним. Для підприємств групи «Інертні» характерна «кризова» модель соціально-кадрової політики. Підприємства групи «Прагматики» мають гарне економічне становище, щоб здійснювати максимальні обсяги інвестицій, у т. ч. у соціальний розвиток регіону свого місцезнаходження.

1. Barton R. Strategic organizational diagnosis and design: the dynamics of fit / R. Barton, B. Obel. – Springer, 2003.
2. Conway N. Understanding psychological contracts at work: a critical evaluation of theory and research / N. Conway, R. Briner. – UK : Oxford University Press, 2005.

Летуновська, Н.С. Типологія підприємств у системі маркетингу персоналу підприємства [Текст] / Н.С. Летуновська //

Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції імені проф. Балацького О.Ф., м. Суми, 27 травня 2015 р. / За заг. ред.: О.В. Прокопенко, М.М. Петрушенка. - Суми : СумДУ, 2015. - С. 118.